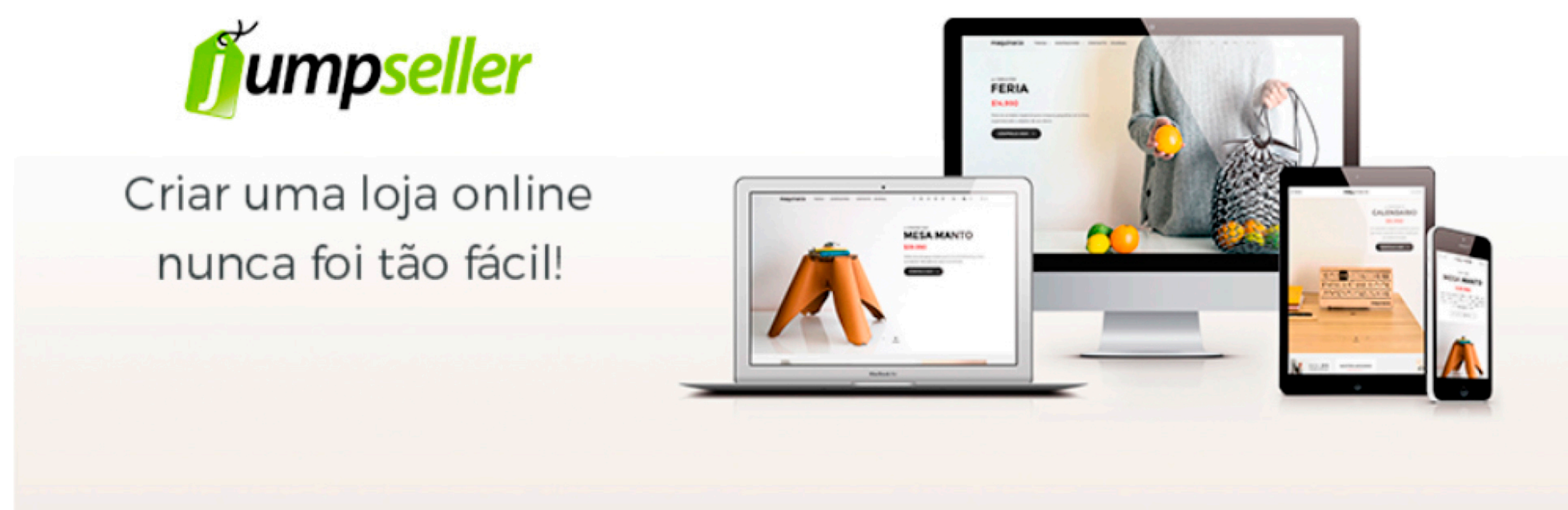
Casos de Sucesso | Jumpseller

Jumpseller

Se tem um negócio e gostaria de usufruir das vantagens de ter uma loja online, a Jumpseller pode ser a opção ideal para si. Este serviço ajuda-o a dar este passo gigante, apoiando-o em todo o processo.

O que é/qual é o negócio?

Lançar uma loja online pode ser um desafio para as pequenas empresas, que quase sempre dispõem de recursos humanos, orçamento e conhecimentos técnicos limitados. No entanto, com o Jumpseller podem criar uma loja online de uma forma simples e acessível.

Jumpseller é uma plataforma de e-commerce para que pequenas empresas possam criar a sua loja online e vender para qualquer lugar do mundo. Com um conjunto exclusivo de funcionalidades como métodos de pagamento, integração com operadores de transporte e logística, suporte multi-língua e integração com diversos canais digitais como o Facebook, Messenger e Instagram, o Jumpseller ajuda empreendedores e empresas a dar uma visibilidade permanente aos seus produtos posicionando os seus negócios numa escala global.

De onde nasceu?

Tudo começou em 2010 por Tiago Matos e Filipe Gonçalves, Engenheiros Informáticos da Universidade do Porto, que com pouco mais do que os seus portáteis e uma visão

partilhada sobre o futuro do comércio electrónico fundaram a empresa. Prontamente foram apoiados pela incubadora UPTEC, no Porto, e pouco depois receberam o seu primeiro capital seed através da participação no programa piloto Start-Up Chile, um programa que está a fazer uma mudança sustentável na cultura do empreendedorismo na América Latina.

Hoje, no seu sétimo ano, o Jumpseller é uma das plataformas para criação de lojas online mais utilizadas em pequenas e médias empresas na América Latina, com um crescimento anual de 100%.

Missão?

O Jumpseller está focado em tornar-se um líder global no mercado de comércio eletrônico para pequenas empresas.

Financiamento?

Enquanto a maioria das startups desta área elegem utilizar capital de risco para crescer, o Jumpseller optou por usar essencialmente capitais próprios para iniciar a sua operação. Isto permitiu à equipa concentrar-se no desenvolvimento do seu produto, em detrimento da procura de financiamento externo, assegurando assim a viabilidade da empresa a longo prazo e adicionando mais valor aos seus clientes.

Promoção?

Divulgamos a nossa plataforma de e-commerce, sobretudo no canal online. Fazemo-lo sobretudo através de Google Adwords e Facebook Ads mas recorremos também a outros formatos para dar a conhecer a Jumpseller junto dos vários públicos-alvo. Outro canal importante tem sido as agências de marketing e design que oferecem o Jumpseller aos seus clientes.

Onde esperam chegar?

O Jumpseller pretende apostar cada vez mais em ser um hub de e-commerce com integrações com vários canais de venda digitais como as redes sociais, plataformas de chat, ferramentas de email marketing e integração com portais de venda como a Amazon, Ebay e MercadoLibre.

Como lidaram com a incerteza inicial?

Com a premissa de que o E-commerce, é cada vez mais, um mercado global, o mercado de e-comerce internacional representou 300 mil milhões de dólares em 2015 e vai crescer 25% até 2020, representando actualmente cerca de 900 mil milhões de dólares, portanto existe aqui um potencial de negócio muito grande. Inicialmente surgiram algumas incertezas face a receptividade dos pequenos comerciantes em utilizarem a forma, mas foi algo que se dissipou rapidamente com o sucesso do Jumpseller logo nos primeiros meses de atividade. Face ao número de anos em que estamos no mercado e ao crescimento atual, acreditamos que a plataforma vai certamente continuar a ser um sucesso e a crescer para novos mercados.

Vosso maior trunfo? Ingrediente secreto?

As principais contribuições para o crescimento advém de uma equipa multicultural com conhecimento local de cada mercado, aliado a uma forte experiência técnica na área do e-commerce, para além de integrações com operadoras locais de transporte e logística, apoio ao cliente em vários idiomas e relações com gateways de pagamento e parceiros de cada país tal como a Easypay, Eupago e IfThenPay em Portugal, Paypal, Stripe entre outros.

O que sugerem a quem começa?

Todo o planeamento é baseado em pressupostos que frequentemente estão errados. Mais importante que fazer um planeamento muito rigoroso é colocar um MVP em frente a potenciais clientes, é a única maneira de testar os pressupostos. A maior parte das vezes quando fazem isto, descobrem que tem de voltar a rever o planeamento.

Qual o melhor conselho profissional que já recebeu?

"O teu tempo é limitado, por isso não o desperdices a viver a vida de outra pessoa. Não fiques preso pelos dogmas - que é a mesma coisa que viver pelos resultados do pensamento de outras pessoas. Não deixes que o ruído das opiniões dos outros afogue a tua voz interior. E, mais importante ainda, tem a coragem de seguir o teu coração e a tua intuição. Estes já sabem, de alguma forma, aquilo em que tu verdadeiramente te vais tornar. Tudo o resto é secundário." - Steve Jobs.

Mais informações em Jumpseller.